
KULTURKOMMERZ **BAND 24**

Crowdfunding im Sport

**Professionelle Finanzierung für
Vereine und Einzelsportler**

Von Torsten Lührs und Francesca Poschen

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter ESV.info/978-3-503-20595-0

Gedrucktes Werk: ISBN 978-3-503-20595-0

eBook: ISBN 978-3-503-20596-7

ISSN 0944-4351

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2022

www.ESV.info

Satz: multitext, Berlin

Druck: Difo-Druck, Untersiemau

VORWORT

„Sportcrowdfunding“ (Crowdfunding für Sportprojekte) ist als Förderinstrument die logische Folge des Bedarfs innerhalb der größten Bewegung unserer Gesellschaft – dem Sport. In über 91.000 Vereinen und über 225.000 Sportsparten sind rund 27 Mio. Menschen organisiert. Da alternative und ergänzende Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten oft fehlen und sehr unterrepräsentiert sind, schließt Sportcrowdfunding diese Lücke als aktivste aller Förder- und Finanzierungsformen der Sportvereine, Sportorganisationen und Sportler.

Die Mission ist es, jedem Athleten, jeder Mannschaft, jedem Verein unabhängig von Sportart oder Level faire und gleiche Möglichkeiten und Handlungsfähigkeiten an die Hand zu geben, seiner Leidenschaft zu folgen und Sport zu ermöglichen, ohne dabei auf finanzielle Hindernisse zu stoßen.

Das Volumen der erfolgreichen Sportprojekte ist in den letzten Jahren rasant gestiegen: Bis Mitte 2021 konnten bereits weit über 12 Mio. Euro ausgeschüttet werden. Die positive Entwicklung von Sportcrowdfunding liegt damit im Einklang mit der allgemeinen Entwicklung des deutschen Spendenmarktes. So veröffentlichte der Deutsche Spendenrat e.V. seinen jährlichen Bericht zum Spendenverhalten in Deutschland „Bilanz des Helfens 2020“, der ein überdurchschnittliches Spendenvolumen von insgesamt 5,4 Mrd. mit einem Wachstum von 5,1 % im Vergleich zum Vorjahr zeigt.

Dieses Buch gibt einen Einblick in die Wirkungsweisen von Sportcrowdfunding und präsentiert Anwendungsbeispiele: von Trikots für die Jugendmannschaft über neue Sportgeräte oder Sportstätten bis zur Teilnahme an der Quidditch-WM. Im Zuge einer Sportcrowdfunding-Kampagne aktiviert der Projektstarter seinen Verein und steigert die Reichweite bzw. Aufmerksamkeit für (neue) Mitglieder, Sponsoren und Partner. Der Verein professionalisiert sich und stellt sich nachhaltig für die Zukunft auf. Projektstarter:innen erfahren anschaulich, wie sie Projekte anlegen, eine Kampagne planen und zum Erfolg führen – welche Posts am besten funktionieren, welche Prämien am besten laufen oder welche Kommunikationskanäle und -tools am effektivsten Unterstützer aktivieren. Aus den langjährig gewonnenen Erkenntnissen hat sich das einfach anwendbare reward-based Crowdfunding als zielführendste Finanzierungsform herausgestellt. Verknüpft mit dem aktiven und persönlichen Coaching führt es zu einer überdurchschnittlichen Erfolgsquote.

Weitere Informationen finden sich auf www.fairplaid.org und entsprechendem Crowdfunding Hilfecenter.

Wir möchten natürlich in erster Linie dem gesamten fairplaid-Team danken, welches tagtäglich mit vollem Einsatz, Engagement und Herz Projektstarter:innen coacht und zum Erfolg führt. Außerdem gilt unser besonderer Dank Marthe-Victoria Lorenz für die Gründung und Grundlagen der Entwicklung von fairplaid.org – sowie dem Erich Schmidt Verlag und Ulrike Weiss für die zielorientierte Unterstützung und Umsetzung.

Berlin, April 2022

Torsten Lührs, Francesca Poschen

INHALT

Vorwort	5
Inhalt	7
Abbildungsverzeichnis	9
1. Ein Pass ins analoge Zeitalter führt ins Abseits	11
2. Der Online-Spendenmarkt	13
3. Crowdfunding: eine Einordnung	15
3.1 Formen des Crowdfunding	15
3.2 Crowdfunding-Prinzipien	16
3.2.1 Alles-oder-nichts-Prinzip	16
3.2.2 Transparenzprinzip	18
3.2.3 Gegenleistungsprinzip	18
3.3 Allgemeine Besonderheiten und Vorteile beim Crowdfunding	19
4. Crowdfunding im Sport	23
4.1 Relevanz von Crowdfunding im Sport	23
4.2 Besonderheiten beim Sportcrowdfunding	25
4.3 Die Projektstarter:innen	34
4.4 Die Unterstützenden – die Crowd	39
4.5 Welche Projekte sind über Sportcrowdfunding abbildbar?	43
5. Planung und Umsetzung einer Sportcrowdfunding-Kampagne als vernetzendes Instrument des Vereinsförderökosystems	45
5.1 Auswahl der Plattform und der Tools	45
5.1.1 Vor dem Projekt	46
5.1.1.1 Projektteam	46
5.1.1.2 Zielsumme	47
5.1.1.3 Projektseite als zentraler Sammelpunkt	51
5.1.1.4 Laufzeit – lang oder kurz?	60
5.1.1.5 Zielgruppen bestimmen und Kontaktlisten erstellen	62
5.1.1.6 Kommunikationsplan	65

5.2	Während des Projekts	67
5.2.1	Timing ist alles – Wann kommunizieren?	67
5.2.2	To-dos in den Projektphasen	68
5.2.3	Reichweitemaufbau	71
5.3	Nach dem Projekt	71
6.	Fallbeispiele/Anwendung Sportcrowdfunding	75
6.1	Johanna Schikora – Mission Jugendweltmeisterschaft Ägypten 2019	75
6.2	Vorwärts Spoho 98 – Vision Nordfeld – Unser erster eigener Kunstrasenplatz	79
6.3	Torsten Weber – Ultracycling, das Unmögliche möglich machen ...	83
6.4	Für Winsen! Gegen Diskriminierung!	87
6.5	Girls Born To Fly – Basketballabteilung Türkiyemspor 1978 e. V.	91
6.6	Daniel Schmidt – Auf dem Doppelsprung zur Trampolin-WM	94
6.7	TuS Ferndorf – Weiter 2. Liga	97
6.8	SC DHfK Leipzig e. V. – Jetzt zählt die Kraft der Sportfamilie	100
6.9	Marc-Kevin Scholz – Stand Up For Those Who Can't – 1.111 km stehend auf dem Wasser	103
6.10	SSV Reutlingen 1905 Fußball e.V. – Unser SSV – Saison 2020/2021	105
6.11	Trikot(s) für die Welt	109
6.12	TuS Neuhofen – Mission 2. Bundesliga	112
6.13	TSV Wattenbek: Die Peitschen knallen weiter!	115
6.14	Bietigheimer HTC – Hockey-Bundesliga in Bietigheim!	118
6.15	Denise Krebs – Aufgeben ist keine Option – Olympia 2021	122
	Quellenverzeichnis	125